

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BURGER KING
DI PLAZA SURABAYA**



Oleh:

**EDI ARIANTO
NPM : 15.1.02.10149**

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2019**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BURGER KING
DI PLAZA SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Pemasaran**



Oleh:

EDI ARIANTO

NPM : 15.1.02.10149

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA

2019

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BURGER
KING DI PLAZA SURABAYA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

EDI ARIANTO
NPM : 15.1.02.10149

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada tanggal 13 November 2019

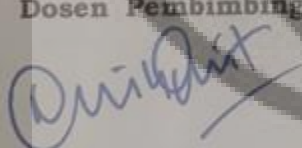
Susunan Tim Penguji :

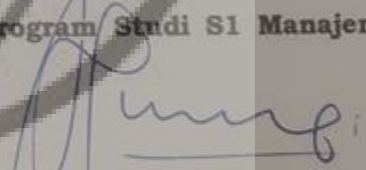
Ketua : Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M.
Anggota : 1. Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.
2. Dr. Ir. Imam Hidayat, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :


Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.


Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA


Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : EDI ARIANTO

N.P.M : 15.1.02.10149

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BURGER KING DI PLAZA SURABAYA

Diajukan untuk diuji pada tanggal 13 November 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 13 November 2019

 
EDI ARIANTO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Edi arianto
NPM : 1510210149
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 18 September 1996
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 3/3
Alamat Rumah : Tambak-Bayan Gang II No.2 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Kasnan
Alamat Rumah/ Telepon : Tambak-Bayan Gang II No.2 Surabaya /
085850198805
Alamat Kantor/ Telepon : Jl. Kenjeran No. 412 Surabaya /
(031) 3822535
Pekerjaan/ Jabatan : Pegawai Swasta / Karyawan

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN ALUN-ALUN CONTONG II Tahun 2008
2. Tamat SMP di SMP YP. TRISILA Tahun 2011
3. Tamat SMA di SMKN 7 Tahun 2014
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jln. Menur Pumpungan No.30 Surabaya	I-VII	2015-2019	Mahasiswa

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

EDI ARIANTO

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALIAS PRODUK, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BURGER KING DI PLAZA SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwitho, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulisan skripsi sekaligus dosen wali yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan kesabaran, serta memberikan pengarahan yang bermanfaat perihal penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
5. Terima kasih kepada kedua orang tua saya dan kakak-kakak saya yaitu Ayah Kasnan, Ibu Susilowati, ria, aprilia, eko, fauzi dan ella yang selama ini selalu

memberikan semangat dan mendukung kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.

6. Terima kasih kepada Chita Mahardhika yang selama ini memberi semangat dan motivasi, serta banyak meluangkan waktu untuk menemani saya saat kapan pun.
7. Kepada sahabat terbaik saya yaitu Taufan, Fardian, Rossin, Hotibul, Rahman, Afton, Yoga, dikki, dicki, dan Zaki yang selalu membantu dan memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Tidak lupa pula kepada sahabat seperjuangan satu dosen pembimbing saya Ahmad Arif, dan Yusril yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses penulisan skripsi hingga saat ini.
9. Seluruh kawan-kawan SM-2 tercinta seangkatan tahun 2015 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.

Surabaya, 13 November 2019

EDI ARIANTO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
 BAB 1 : PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
 BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS.....	 9
2.1 Tinjauan Teoritis	9
2.1.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.1.2 Pengertian Harga	10
1. Pengertian Harga.....	10
2. Tujuan Penetapan Harga	10
3. Indikator Harga.....	11
2.1.3 Kualitas Produk	12
1. Pengertian Produk.....	12
2. Pengertian Kualitas Produk	12
3. Tingkat Produk	13
4. Indikator Kualitas Produk	15
2.1.4 Pengertian Iklan.....	16
2.1.5 Jenis Periklanan	18
1. Iklan Profesional	18
2. Iklan Antar Bisnis	18
3. Iklan Perdagangan.....	19
2.1.6 Tujuan Periklanan.....	19
1. Iklan Informatif.....	19
2. Advertising Persuasif	20
3. Peningkat Iklan	20
4. Iklan Penguatan.....	20
2.1.7 Indikator Iklan	20
2.1.8 Keputusan Pembelian	20
1. Pengertian Keputusan Pembelian	20
2. Tahap Keputusan Pembelian	21
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	

Perilaku Pembelian Konsumen.....	23
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Rerangka Konseptual.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
BAB 3 : METODA PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi Penelitian	29
3.1.1 Jenis Penelitian	29
3.1.2 Gambaran Dari Populasi Penelitian	29
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	30
3.2.2 Teknik Sampling.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data	32
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	33
3.4.1 Variabel.....	33
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Teknik dan Analisis Data.....	37
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.5.2 Uji Instrumen Data	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas	39
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	40
1. Uji Normalitas	40
2. Uji Multikolinearitas	41
3. Uji Heteroskedastisitas	42
3.5.5 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	43
1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
2. Uji F	44
3.5.6 Uji Hipotesis (uji t)	45
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
1. Profil Perusahaan	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Gambaran Umum dan Subjek Penelitian	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian	50

4.3 Analisis Data	51
4.3.1 Analisis Deskriptif	51
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga.....	52
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kualitas Produk	53
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Iklan	55
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian	56
4.3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
1. Uji Validitas.....	58
2. Uji Reliabilitas	59
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	61
1. Uji Normalitas	61
a. Pendekatan Analisis Grafik	62
b. Analisis Statistik	63
2. Uji Multikolinearitas	63
3. Uji Heteroskedastisitas	65
4.3.5 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness Of Fit</i>).....	66
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
2. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	68
4.3.6 Uji Hipotesis (Uji t)	69
4.4 Pembahasan.....	71
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.4.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB 5 : PENUTUP	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Keterbatasan	76
5.3 Saran	77
JADWAL PENELITIAN	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Restoran	3
2. Penelitian Terdahulu	24
3. Karakteristik Usia	49
4. Karakteristik Jenis Kelamin	49
5. Karakteristik Berapa Kali Melakukan Pembelian	50
6. Kelas Interval.....	52
7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	53
8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	55
9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan.....	56
10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	57
11. Hasil Uji Validitas.....	58
12. Hasil Uji Reliabilitas	59
13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients ^a	61
14. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-SmirnovTes	63
15. Hasil Uji Multikolinearitas	64
16. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	66
17. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Coefficients ^a	68
18. Hasil Uji Kelayakan Model (uji F) ANOVA ^b	68
19. Hasil Pengujian Hipotesis penelitian	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Gerai Restoran Cepat Saji	2
2. Tahat-tahap Proses Keputusan Pembelian	23
3. Rerangka Konseptual	26
4. Grafik Uji Normalitas	62
5. Grafik Uji Heteroskedastisitas	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner
2. Tabulasi Hasil Kuisisioner
3. Hasil *Output*SPSS
4. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Surat Pengantar Ijin Riset dari STIESIA
7. Surat Keterangan Selesai Riset
8. Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi
9. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian

Hasil Plagiasi

